

In the presented paper the questions of opinion and attitude changes on the EU, their consistency and the factors affecting them are addressed through quantitative analysis of pre- and post-deliberation survey data (based on a deliberative poll held in Kaposvár and its area in May-June 2008). Whilst the level of knowledge regarding the EU increases both in an objective and a subjective way, the opinion and attitude changes are barely consistent. After the deliberation the support of the EU and the integration process became more accentuated whilst there is a rising uncertainty regarding its direct consequences on one's life together with a decreasing symbolic attachment to it. When looking for the factors affecting these tendencies we find that demographic factors have no effect on opinion changes which are rather influenced by the small group discussions. On the other hand uncertainty is not connected to opinion changes, it can be rather explained by the fact that an initially very positive attitude became closer to the reality.

Hammer Ferenc¹⁰³, PhD

Az igazi. Nyugati márkák és az autenticitás versengő elképzelései a szocializmusban
(Brands, consumption and authenticity in socialist Hungary: The case of jeans)

„Az illat bárkit a maga teljes valójában hirtelen idéz meg; nem csak a szavai vagy a gondolatai lesznek megidézve, hanem a illető a maga teljes fizikai valójában, ami őt vonzóvá, kíváncsúvá és Ővé teszi. Az illat révén az egész hangulat, személy vagy helyzet előttünk lehet egy nagyon közvetlen, mediálatlan módon. És egy ehhez mérhető erejű vonzereje, varázsa van a tárgyaknak.“

Milena Veenis: 'Consumption in East Germany. The Seduction and Betrayal of Things'. *Journal of Material Culture*, 1999, Vol 4(1): 79-122, p 79.

Dolgozatomban a farmernadrág szocializmuskori történetének egy fontos aspektusát tárgyalom, mégpedig, hogy a mit jelentettek a márkák és általában a nyugati farmerek a szocialista tervgazdaság kulturális és társadalmi kontextusában, különös tekintettel a marketing hiányára, a nyugati holmik hozzáférhetetlenségére vagy az áruhiányra. A kutatás alapjául az a mintegy 130 írott beszámoló szolgál, melyben szerzőik elmesélik első farmerjükhöz történetét. (Az anyag alapján alkotott első következtetéseim megjelentek: 'Sartorial Manoeuvres in the Dusk: Blue Jeans in Socialist Hungary.' In F. Trentmann & K. Soper (eds.) *Citizenship and Consumption*. London: Palgrave Macmillan, 2008.) Ebben az érdekes forrásanyagban észrevettem egy visszatérő motívumot, mégpedig, hogy a farmer eredetisége (nyugati eredete, illetve márkája) mily sokféle módon kapcsolódik az adatközlő életének más, a személyes egyszerűséggel kapcsolatos olyan aspektusaival, mint a közszemlére kitett test, az individualizált ruhadarab, a személyiséget új helyzetbe helyező körülmény, új időiséget adó tárgy stb. A farmer eredetisége érdekes személyes, esztétikai, politikai, társadalmi és pszichológiai aspektusokon keresztül kapcsolódik a beszélő élete autenticitása kérdéséhez, és mindeközben a márka fogalmát is sikerül lassan kiszabadítani a fétis-vád szorításából. A kutatás következtetéseit tekintve túl kíván lépni a farmernadrág megszokott, hidegháborús értelmezéseire, továbbá bemutatja, hogy a farmertörténetekben a szó szoros értelmében testet öltött (*incorporated*) emlékezet miként járul hozzá a szocializmus emlékezte pluralizálódásához. Az a tény pedig, hogy jelen kutatást egy gyarapodó globális kutatói hálózat (Global Denim Project: <http://www.ucl.ac.uk/global-denim-project/>) tagjaként

¹⁰³ Eötvös Loránd Tudományegyetem

végzem, megmutatja, hogy a megfelelő analitikus fogalmak megválasztásával egy mégoly tényleg reménytelen partikularitás is hozzá tud tenni a kortárs globalizálódó társadalomtudományhoz, mint a farmernadrág kérdése a Kádár-korszakban.

Herman, Zita¹⁰⁴ - Ignácz, Zsófia¹⁰⁵

Knowledge gain and attitude change during a deliberative poll

(Case study: the DP on regional unemployment in Kaposvár, June 2008)

In the Kaposvár Deliberative Polling (DP) participants filled in a questionnaire on their arrival (T2) to the event and at the end of it (T3). The focus of the exposé is to present the changes that occurred from the original (T1) to T2 and T3 (on identical questions). Therefore, the study operates with those 108 participants who have filled all three questionnaires, and treats them as the whole population (like participants of an experiment).

The study outlines how a DP effected the participants in two areas:

The first is information learning, defined as how does the level of their factual knowledge change. It is measured 9 knowledge questions, where there is always one correct answer to a question. The study of this change is a test of Fishkin's hypothesis according to which 2/3rd of the studying takes place between T1 and T2 and the rest happens until T3. The Kaposvár case shows that this is not quite true and also that the knowledge gain has a repartition-pattern and it is quite weak.

The second is what sort of attitude change do participants undergo during the deliberation process about the Hungarian economical situation: the labor market and unemployment. While in T1 all listed solutions were mainly welcomed, in T2 and T3, the certainty towards all solutions welcome slowly declined. The participants' attitude changes about the solution of illegal work are significant between T1 and T2, but it seems that there was no significant change in their attitudes between T2 and T3. Moreover, the participants understood the meaning of the different solution of unemployment.

Huszár Józsefné¹⁰⁶

A veszprémi nők kerekasztalának története a rendszerváltás után

(The history of Veszprém Women's League after the breakdown of the communist regime)

- 1994 Soros Demokrácia pályázata alapján a League of Women Voters (továbbiakban Liga szervezésében 20 nőt vittek ki az Egyesült Államokba, a működő demokráciát tanulmányozni.
 - A 200 jelentkezőből 40 fő meghallgatása után én is a kiválasztottak között voltam
- Tanulmányút 2004 nyarán, mindenki máshova került én Utah Államba.
- 1995 január a Liga szervezésében Demokrácia Nő !! konferencia Budapesten
- 1995 április megalakítom a Veszprémi Nők Kerekasztal a Egyesületet
- 1997 Megnyerjük a Liga által kiírt pályázatot, ami anyagi lökést adott az egyesület működéséhez

¹⁰⁴ MA Student, Eötvös Loránd University

¹⁰⁵ MA Student, Eötvös Loránd University

¹⁰⁶ Veszprémi Nők Kerekasztala